



Научный семинар по исследованиям
цифровой экономики
«Искусственный интеллект в маркетинге:
актуальные технологии, исследования и прогнозы»,

Искусственный интеллект в маркетинге: реальное внедрение или красивая сказка? (результаты опросов предпринимателей и маркетологов)

Герасименко Валентина Васильевна,

д.э.н., профессор,

Зав. кафедрой маркетинга

Экономический факультет

МГУ имени М.В. Ломоносова

Технологии ИИ могут охватывать все этапы маркетинга

Новая 5P - Логика цифровых решений

Planning

Production

Personalization

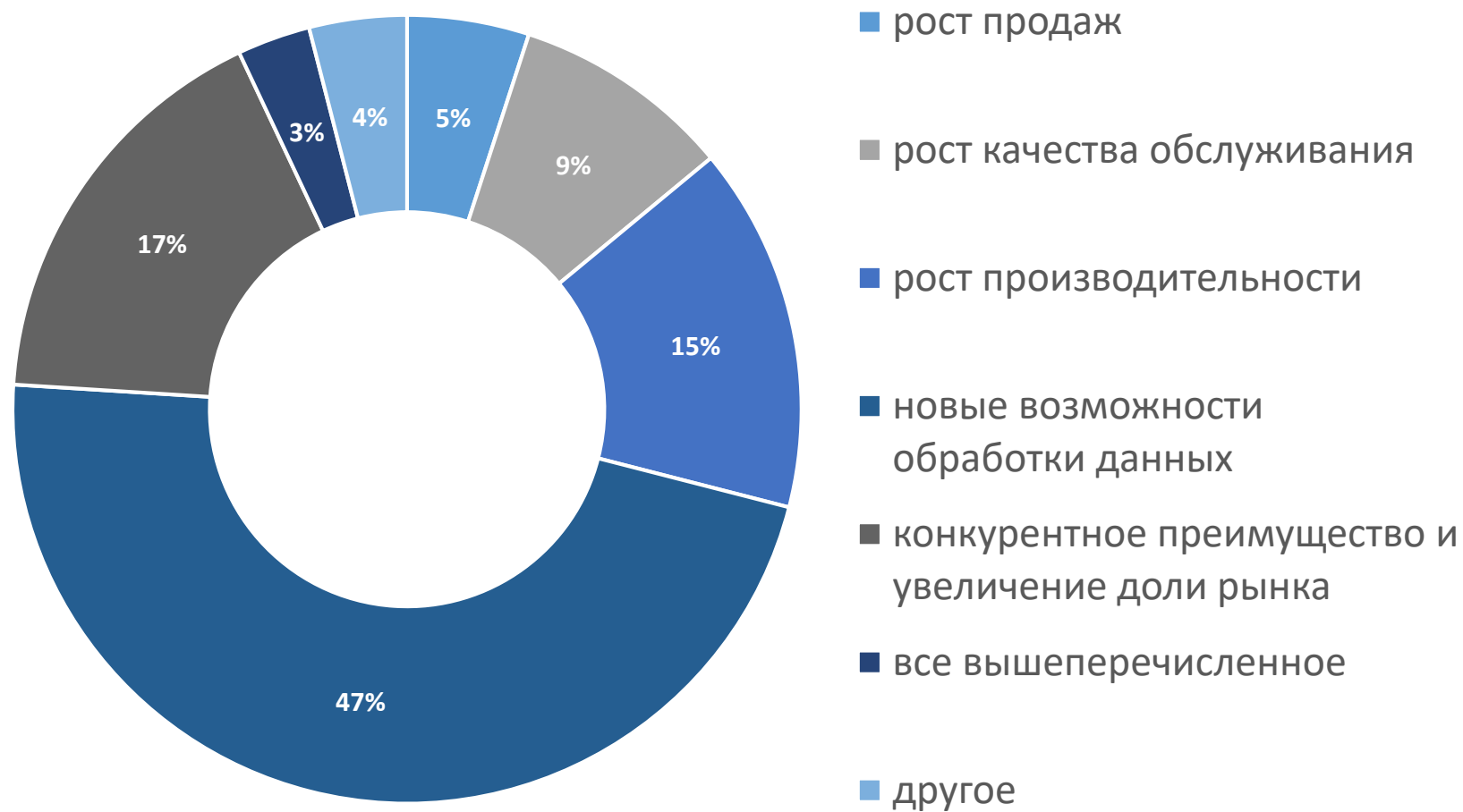
Promotion

Performance



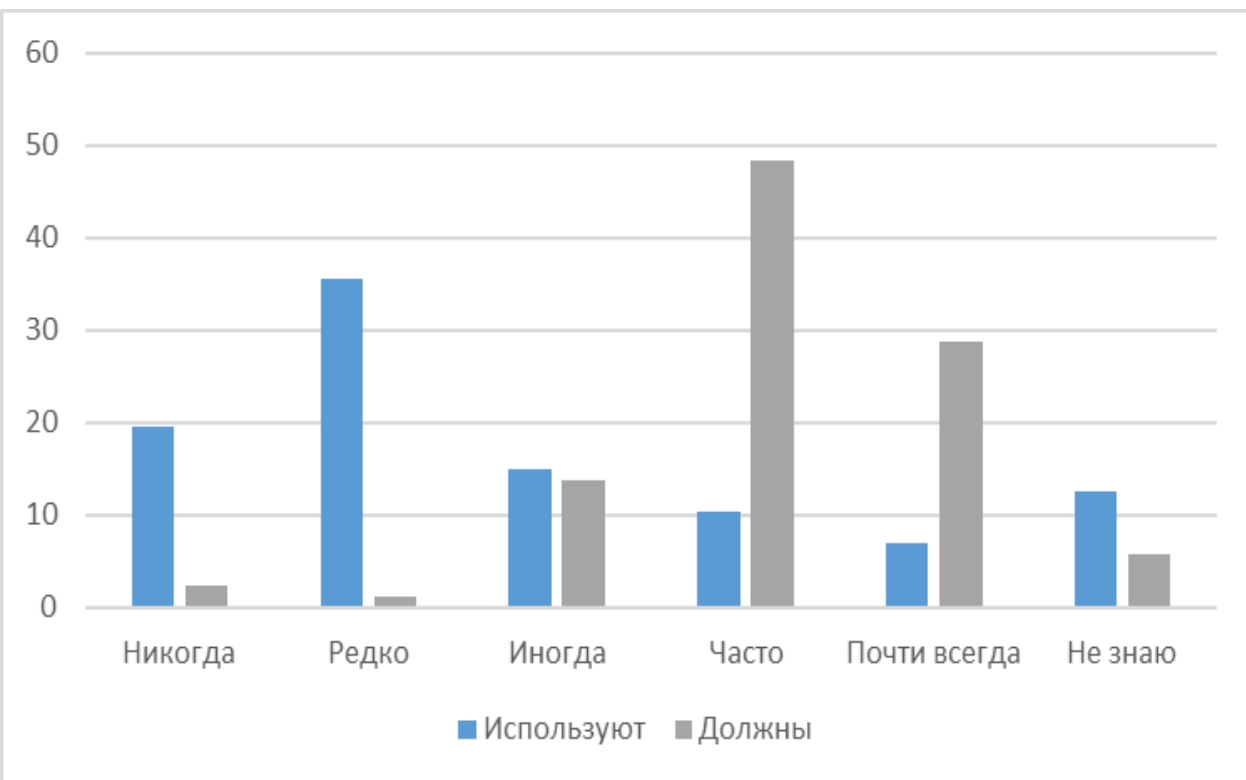
Реальные оценки практики внедрения ИИ от маркетологов российских компаний

Чего они ожидают от внедрения ИИ в маркетинг?

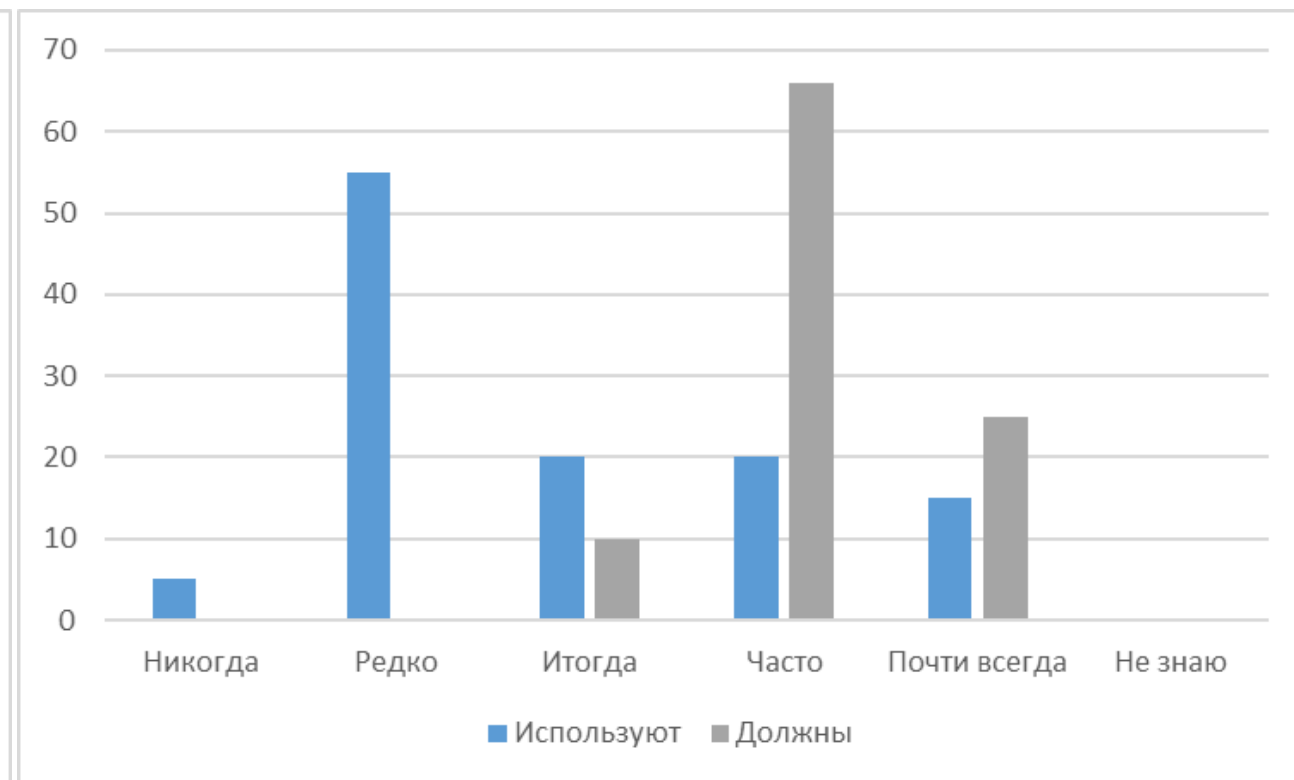


Единство мнений в вопросе о том, что есть и что должно быть уже сейчас

Авторское исследование компаний в
России 2024

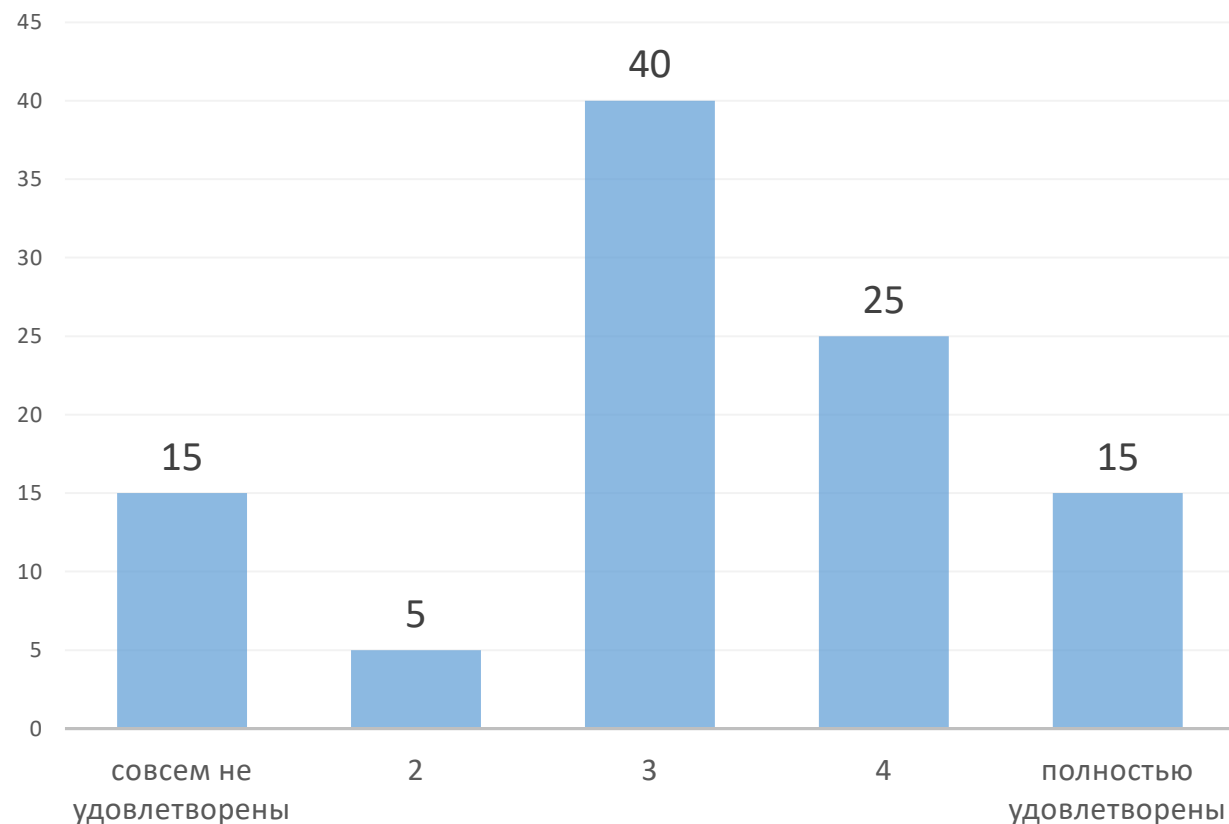


Международное Исследование
McKinsey 2023

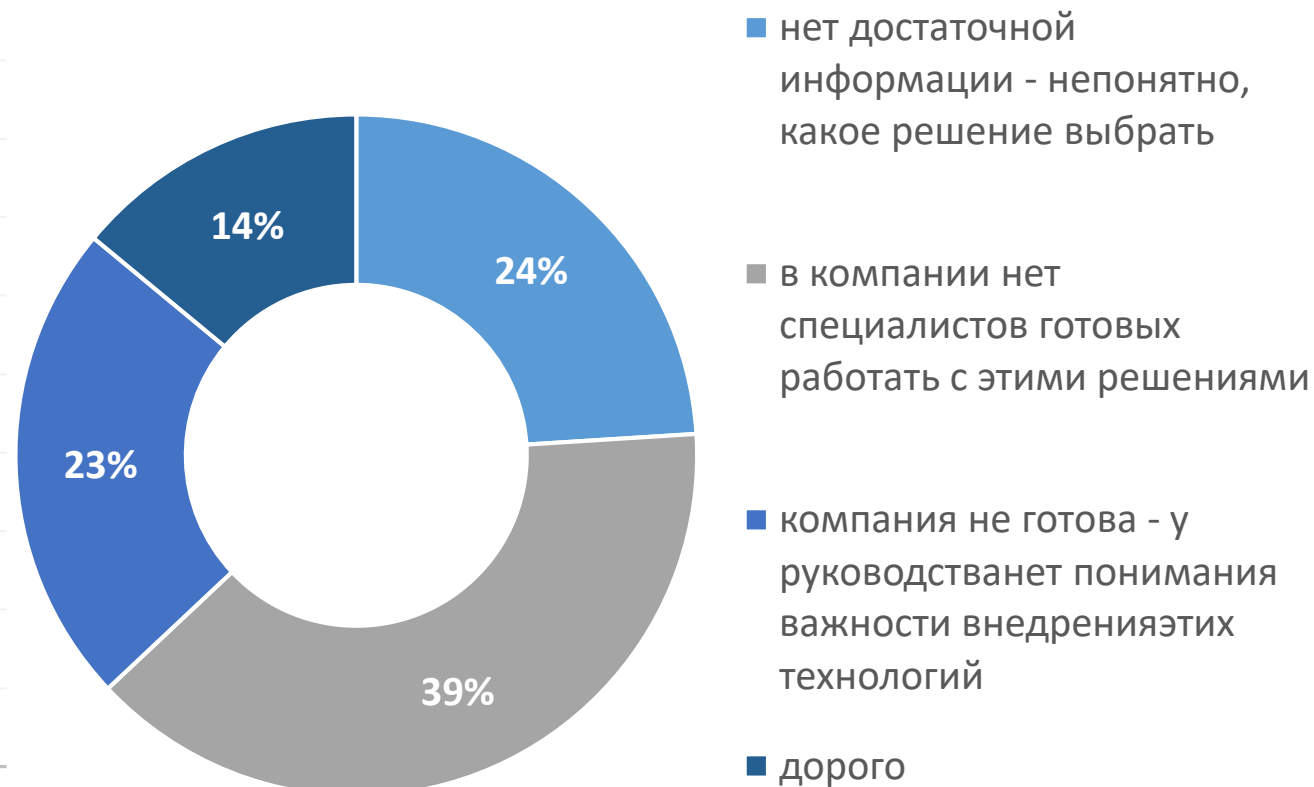


Оценки опыта ИИ в маркетинге компаний

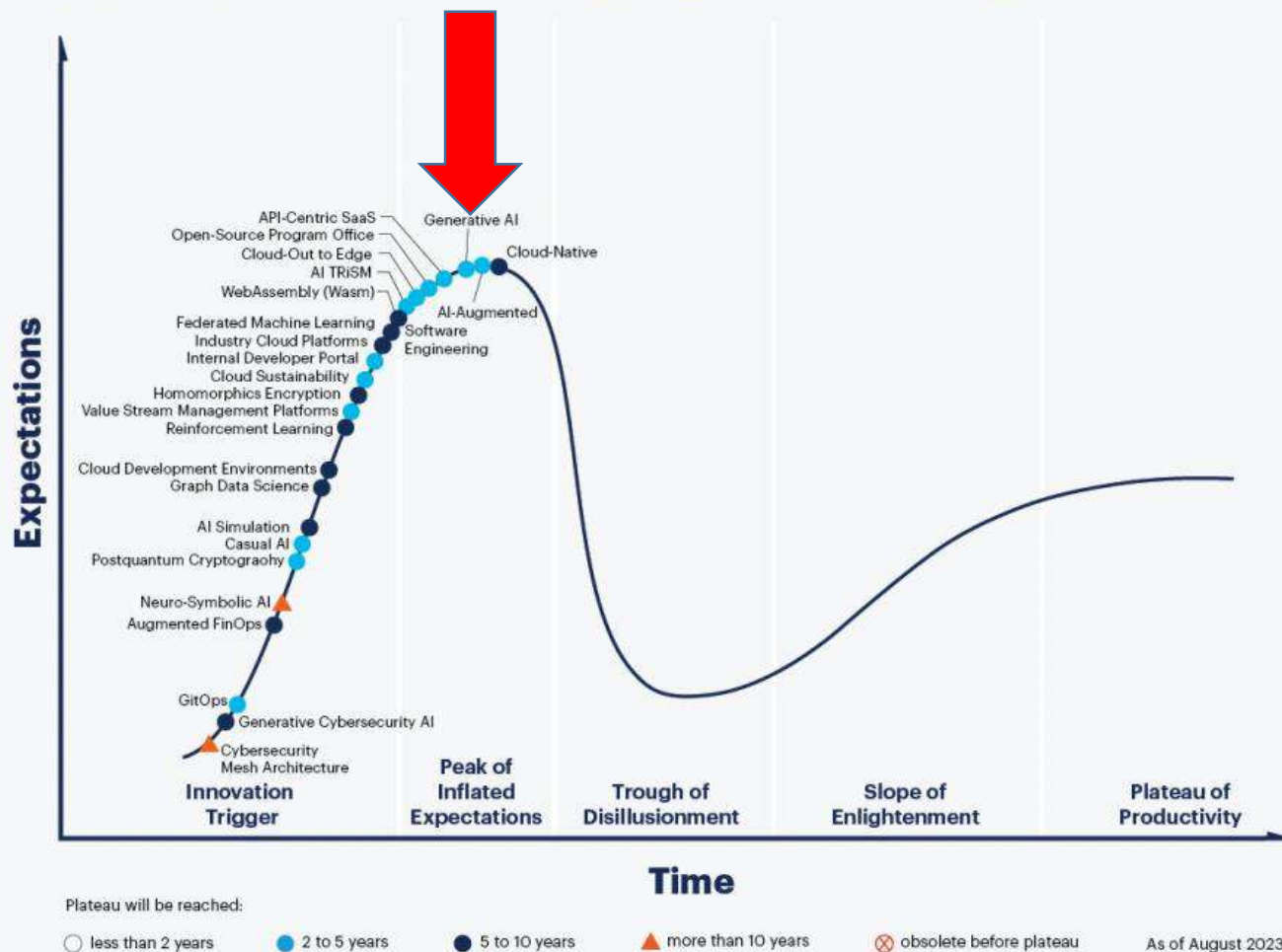
Удовлетворенность результатами внедрения ИИ



Барьеры внедрения



Hype Cycle for Emerging Technologies, 2023



gartner.com

Source: Gartner
© 2023 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. 2079700

Gartner

ИИ как модный тренд:
новые горизонты для
брендов

Судя по кривой хайпа 2023, генеративный ИИ находится **на пике завышенных ожиданий**, а технологии потребуется 2–5 лет для массового внедрения. Прогрессивное развитие технологий искусственного интеллекта на сегодняшний день стало катализатором роста качества и динамики в сфере цифрового маркетинга.

<https://trends.rbc.ru/trends/industry/64f833c29a794712449b13b2?from=copy>

Первые выводы из практики внедрения:

1. Внедрить ИИ в маркетинг – это сложное решение.
2. И внедрить – это только начало, надо вписать его в систему управления

Вместо заключения:

Цитата дня от специалиста по внедрению ИИ в маркетинг:

«Тот, кто устанавливает виртуального сотрудника, должен постоянно оценивать, соответствует ли машина заданным KPI, и должен предоставлять ей свои оценки. Необходимо обучать ИИ, измерять и анализировать результаты, оптимизировать процессы и повторять все это снова и снова».

*(Daniel Karadza, Country Manager and Senior Director Sales Germany bei Genesys,
Markrforschung Deresch, 27.03.2024)*

*Благодарю
за внимание!*



Герасименко Валентина Васильевна,
д.э.н., профессор, зав. кафедрой маркетинга
Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, gerasimenkovv@my.msu.ru